

Міністерство освіти і науки України  
Київський університет імені Бориса Грінченка  
Кафедра реклами та зв'язків з громадськістю

“ЗАТВЕРДЖУЮ”



Проректор з науково-методичної  
та навчальної роботи

О.Б.Жильцов

2015 року

РОБОЧА ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

# PR У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ

напрямок підготовки 6.030302 Реклама і зв'язки з громадськістю

Гуманітарний інститут

2015-2016 рік


Робоча програма «PR у політичній сфері» для студентів за напрямом підготовки 6.030302 «Реклама та зв'язки з громадськістю», галузі знань 0303 «Журналістика та інформація»  
2015року- 26 с.

Розробник: Нетреба Маргарита Миколаївна, кандидат наук із соціальних комунікацій, викладач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Робоча програма затверджена на засіданні кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

Протокол від "27" серпня 2015 року № 1


Завідувач кафедри реклами та зв'язків з громадськістю

 (Горбенко Г. В.)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

Години відповідають робочому навчальному плану

Структура програми типова

Заступник директора з науково-методичної та навчальної роботи

 (О.В. Єременко)  
(підпис) (прізвище та ініціали)

©КУБГ, 2015 рік

©Нетреба М. М., 2015 рік

**ЗМІСТ**

Пояснювальна записка	4
Структура програми навчальної дисципліни	6
I. Опис предмета навчальної дисципліни	6
II. Тематичний план навчальної дисципліни	7
III. Програма	8
Змістовий модуль 1.	8
Змістовий модуль 2.	8
Змістовий модуль 3.	10
IV. Навчально-методична карта дисципліни «PR у політичній сфері»	11
V. Плани семінарських занять	12
VI. Завдання для самостійної роботи	17
VII. Система поточного та підсумкового контролю	19
VIII. Методи навчання	21
IX. Методичне забезпечення курсу	21
X. Питання до екзамену	22
XI. Рекомендована література	24

## ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

Робоча навчальна програма з дисципліни "PR у політичній сфері " є нормативним документом Київського університету імені Бориса Грінченка, який розроблено кафедрою реклами та зв'язків з громадськістю на основі освітньо-професійної програми підготовки бакалаврів напряму підготовки «реклама та зв'язки з громадськістю», відповідно до навчального плану денної форми навчання.

Програма визначає обсяги знань, які повинні опанувати студенти відповідно до вимог освітньо-кваліфікаційної характеристики, алгоритму вивчення навчального матеріалу дисципліни, необхідне методичне забезпечення, складові та технологію оцінювання навчальних досягнень студентів.

Курс " PR у політичній сфері " покликаний формувати теоретичну та прикладну бази фахівця із зв'язків з громадськістю, тому метою його вивчення є ознайомлення із структурою сучасного PR-процесу та його місця на загальному тлі політичних комунікацій, у якості забезпечувального політичного процесу.

Головне завдання курсу полягає в узагальненні та систематизації попередньо здобутих знань в рамках історії та теорії PR, а також оволодіння прикладними аспектами та інструментарієм щодо реалізації головного завдання PR – забезпечення реалізації базового PR-процесу.

Завданнями курсу є :

- Ознайомитися з історією політичних PR;
- Вивчити особливості політичного PR та політичних систем;
- Ознайомитися із специфікою та особливостями розвитку сучасного ринку політичного PR (світовий, національні, профільні та інш.)
- Ознайомитися із маніпуляціями в політичному;
- Оволодіти практичним інструментарієм щодо написання текстів політичного PR та організації політичної PR подій
- Вивчити принципи та методи проведення сучасних виборчих кампаній.
- Дослідити особливості використання медіаресурсу в політиці.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен **знати:**

професіограму політичного PR; основні складові, функції та типи політичної культури; моделі політичної культури; основні риси іміджу політика; загальні положення політичних паблік рілейшинз; комунікативні процеси в політичних паблік рілейшинз; PR-технології в політиці; роботу передвиборчого штабу: його склад та функції; процес здійснення виборів та поствиборчий процес; види PR подій; **вміти:** складати стратегічні та тактичні плани PR-комунікації; планувати та проводити заходи PR-комунікації; вміти здійснювати агітаційну кампанію; розрізняти й визначати типи політичних лідерів.

Кількість годин, відведених навчальним планом на вивчення дисципліни, становить 144 год., із них 22 год. – лекції, 10 год. – семінарські заняття, 10 год. – практичні, 6 год. – модульний контроль, 36 год. – екзамен, самостійна робота – 60 год.

Вивчення студентами навчальної дисципліни " PR у політичній сфері" завершується складанням іспиту.

# СТРУКТУРА ПРОГРАМИ НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

## I. ОПИС ПРЕДМЕТА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Предмет: термінологічний апарат політичних комунікацій, структурний аналіз інструментів та механізмів розбудови політичного PR-процесу, схеми та алгоритми розбудови системних політичних комунікацій.

Курс:	Напря́м, спеціальність, освітньо-кваліфікаційний рівень	Характеристика навчальної дисципліни
<p>Кількість кредитів, відповідних ECTS: 4 кредити</p> <p>Змістові модулі: 3 модулі</p> <p>Загальний обсяг дисципліни (години): 144 години</p> <p>Тижневих годин: 2 години</p>	<p>Шифр та назва галузі знань</p> <p>0303 Журналістика та інформація</p> <p>Шифр та назва напрямку: 6.030302 реклама і зв'язки з громадськістю</p> <p>Освітньо-кваліфікаційний рівень "бакалавр"</p>	<p>Нормативна</p> <p>Рік підготовки: 4.</p> <p>Семестр: 7.</p> <p>Аудиторні заняття: 42 годин, з них: Лекції (теоретична підготовка): 22 годин Семінарські заняття: 10 годин Практичні заняття: 10 годин Модульні контрольні роботи: 6 години Самостійна робота 60 год.</p> <p>Вид контролю: <u>екзамен: 36 годин</u></p>

## II. ТЕМАТИЧНИЙ ПЛАН НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

№ п/п	Назви теоретичних розділів	Кількість годин							
		Разом	Аудиторних	Лекцій	Практичних	Семінарських	Індивідуальна робота	Самостійна робота	Підсумковий контроль
Змістовий модуль I. <b>PR у політичній сфері та політичні системи</b>									
1	Зв'язки з громадськістю в політичному житті суспільства.	12	2	2				10	
2	Основні поняття та категорії, інструментарій PR.	14	4	2		2		10	
3	Політичний PR в контексті політичних систем	4	4	2	2				
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
	<b>Разом</b>	<b>32</b>	<b>10</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>2</b>		<b>20</b>	<b>2</b>
Змістовий модуль II. <b>Зв'язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту</b>									
4	Політичний медійний менеджмент.	14	4	2	2			10	
5	Медійні методи як чинник формування громадської думки	12	2	2				10	
6	Маніпуляції в політичному PR	4	4	2		2			
7	Тексти політичного PR	8	8	4	2	2			
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
	<b>Разом</b>	<b>40</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>20</b>	<b>2</b>
Змістовий модуль III. <b>Виборчі технології</b>									
8	Виборчі технології	10	4	2	2			6	
9	Політична PR подія	12	6	2	2	2		6	
10	PR політичного лідера. PR політичної сили.	12	4	2		2		8	
	<i>Модульна контрольна робота</i>	2							2
	<b>Разом</b>	<b>36</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>4</b>		<b>20</b>	<b>2</b>
Семестровий контроль		36							
<b>Разом за навчальним планом</b>		<b>144</b>	<b>42</b>	<b>22</b>	<b>10</b>	<b>10</b>		<b>60</b>	<b>6/36</b>

### III. ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

#### *Змістовий модуль 1.*

#### **PR У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ ТА ПОЛІТИЧНІ СИСТЕМИ**

**Тема 1. Зв'язки з громадськістю в політичному житті суспільства. (2 год.)** Історичні передумови політичного PR. Політичний PR від прото PR до Нового часу. Східні та європейські вчення по політику. Політичний PR в XX – XXI ст.: новітні інформаційні концепції. Політичний PR-ринок в пострадянських країнах. Об'єкти та суб'єкти політичного менеджменту. Основні методи та напрямки політичного менеджменту. Вимоги до фахівців з політичного PR. Витоки PR-консультування. Ранжування PR – консультантів. Професіограма політичного PR. Етика PR-консультантів. Основи політичного консалтингу. Дискурс в політичних консультаціях. Н. Макіавеллі «Государ», Д.Моріс «Новий государ»

**Тема 2. Основні поняття та категорії, інструментарій PR. (2 год.)** Технології політичного PR. Політичні технології виборчих процесів. Маркетингові інструменти в політиці. Виборчий маркетинг, виборча інженерія. Політична комунікація. Технології проведення досліджень у PR.

**Семінар 1. ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА КАТЕГОРІЇ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ PR (2 год.).**

**Тема 3. Політичний PR в контексті політичних систем (2 год.)** Класифікація політичних систем. Політичний PR в контексті політичних систем. Особливості PR діяльності в провідних політичних системах. PR для монархії. PR заходи для комуністичної ідеології. PR при тоталітаризмі. Медіацентрована демократія. PR демократія. Культ особи: генеза поняття. Культ особи як продукт PR-технологій. Етапи прийняття політичного рішення.

#### *Змістовий модуль 2.*

#### **ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК РЕСУРС ПОЛІТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ**

#### **Тема 4. Політичний медійний менеджмент (2 год.)**

Визначення та сутність політичного медійного менеджменту. Зв'язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту. GR зв'язки з Урядом.



Політичний лоббїзм. Політична комунікація в контексті дослідження комунікаційних методів. Інтернет-технології в політичному менеджменті. Політичні мережі. Моніторинг ЗМІ.

**Тема 5. Медійні методи як чинник формування громадської думки (2 год.)**

Політична медійна компанія: сутність, етапи проведення. Методологія визначення комунікативних методів політичного PR. Класифікація комунікаційних методів створення політичного іміджу.

Тенденції та перспективи розвитку комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації. Комунікаційні процеси при формуванні іміджу. Відбілювання іміджу.

**Тема 6. Маніпуляції в політичному PR (2 год.)**

Психологія політичного PR. Створення настанов в політичному PR. Пряма маніпуляція в політичному PR. Медійні ефекти: прайминг та фреминг.

Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR.

**Семінар 2. ПОЛІТИЧНА МЕДІЙНА КОМПАНІЯ(2 год.)**

**Тема 7. Тексти політичного PR (2 год.)**

Сучасний український інфотейтмент. Партиїні ЗМІ: роль та місце у формуванні ідеології. Суспільно-політичні ЗМІ в політичному PR.

Передвиборча програма. Партиїний устав. Види програмних промов. Семіотика та сакральність політичних промов.

**Семінар 3.КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ПРИ ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ (2 год.)**

### **Змістовий модуль 3. ВИБОРЧІ ТЕХНОЛОГІЇ**

#### **Тема 8. Виборчі технології (2 год.)**

Передвиборчий штаб: склад, функції. Організаційні функції штабних підрозділів. Оперативна штабна робота. Агітаційна кампанія. Вибори та пост виборчий процес. Перманентне проведення виборчих кампаній.

Виборчий штаб: функції, склад. Методологічне забезпечення виборів. Керування виборчими кампаніями.

#### **Тема 9. Політична PR подія (2 год.)**

Види PR подій. Режисура PR подій. Особливості PR подій. Спрощення політики. Політичний перфоманс.

#### **Семінар 4. ПСИХОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОГО PR (2 год.).**

#### **Тема 10. PR політичного лідера (4 год.)**

Підходи до персональних PR-комунікацій. Типи політичних лідерів. Індивідуальність в політиці. Розкриття інформації про політика. Гендерний чинник в політичному PR. Політик як унікальна пропозиція. Технології просування політичного іміджу. Політичний етикет та протокол. Політичне будівництво в сучасній Україні. Постановка завдань. Партійне будівництво та вибори. Складові політичного будівництва.

#### **Семінар 5. КЕРУВАННЯ ВИБОРЧИМИ КАМПАНІЯМИ (2 год.)**

#### IV. НАВЧАЛЬНО-МЕТОДИЧНА КАРТА ДИСЦИПЛІНИ "PR У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ"

**Разом: 144 год., лекції – 22 год., семінарські заняття – 10 год., практичні заняття – 10 год. модульний контроль – 6 год., самостійна – 60 год., екзамен- 36 год.**

Тиждень	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Модулі	Змістовий модуль I			Змістовий модуль II				Змістовий модуль III			
Назва модуля	Політичний PR та політичні системи			Зв'язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту				Виборчі технології			
Кількість балів за модуль	70 балів			93 балів				93бали			
Лекції	3			4				4			
Теми лекцій	Зв'язки з громадськістю в політичному житті суспільства. 1б.	Основні поняття та категорії, інструментарій PR 1б.	Політичний PR та політичні системи 1б.	Політичний медійний менеджмент 1б.	Медійні методи як чинник формування громадської думки б.	Маніпуляції в політичному PR 1б.	Тексти політичного PR 1б.	Виборчі техно-логії 1б.	Політична PR подія 1б.	PR політика 2б.	
Теми семінарських занять		Основні поняття та категорії, інструментарій pr 1+10б.				Політич-на медійна компанія 1+10б.	Комунікаці йні процеси при формуванні іміджу 1+10б.		Психо-логія політич-ного PR 1+10б.	Керування виборчими кампаніями 1+10б.	
Теми практичних			Сучасний ринок політичного PR 1+10	PR консультації та PR консьольтуван ня 2+20				Особливо сті PR діяльності в провід-них політич-них системах 1+10	Засоби дискреди-тації конкурен-тів в політич-ному PR 1+10		
Самостійна робота	5	5x2	5	5	5	5	5	5x2	5	5	
ІНДЗ		30 балів (3 модуль)									
Види поточного контролю		Модульна контрольна робота 1 (25 балів)			Модульна контрольна робота 2 (25 балів)			Модульна контрольна робота 3 (25 балів)			
Підсумковий контроль		Екзамен (40 балів) Усього 256 балів									

## **V. ПЛАНИ СЕМІНАРСЬКИХ ЗАНЯТЬ**

Змістовий модуль 1.

### **PR У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ ТА ПОЛІТИЧНІ СИСТЕМИ**

#### **Семінар 1.**

#### **ОСНОВНІ ПОНЯТТЯ ТА КАТЕГОРІЇ, ІНСТРУМЕНТАРІЙ PR**

1. Фахова термінологія в політичному PR.
2. Тренінг: «Аналіз вітчизняних політичних ЗМІ».
3. Дати визначення поняттям: «передвиборні технології», «виборчі технології», «політичні технології», «політичний маркетинг», «політичний менеджмент», «виборча інженерія»; і термінам: центристський, правий, лівий, спікер, суверенітет, статус кво, політтехнолог, мажоритарний, резидент, ратифікація, федеративний, автономний, авторитарний, аутсайдер, блок, віче, волюнтаризм, депутат, інфраструктура, інавгурація, імпічмент, перевибори, експансія.

#### Основна література:

1. Катлип С., Скотт М., Сентер А., Брум Г. Паблік рилейшнз: теория и практика. : Пер. С англ.. : Уч. пос. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. — 624 с.
2. Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. — СПб. : Питер, 2013. — 336 с.
3. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. С англ.. — Х. : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. — 310 с.
4. Мехлер Гарольд. Власть и магия PR. — СПб; «Питер», 2007. — 173 с.
5. Моррис Дик. Новый государ. Новая версия Макиавелли лвадцать первого века / Пер. с англ. — Группа компаний «Никколо-М», 2003. — 224 с.
6. Почепцов Г. Паблік рілейшнз для профессионалов. — М.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2000. — 624 с.
7. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. — Дело, 2003. — 496 с.
8. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского.-М.: Изд.-во «РАГС», 2001.
9. Ольшанский Д. Политический PR. — СПб; «Питер», 2003. — 544 с
10. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. — К.: ІПіЕНД ім.. І.Ф.Кураса НАН України, 2013. — 472 с.

Змістовий модуль 2.  
**ЗВ’ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК РЕСУРС ПОЛІТИЧНОГО  
МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Семінар 2.**

**ПОЛІТИЧНА МЕДІЙНА КАМПАНІЯ**

1. Визначення та сутність політичного медійного менеджменту.
2. GR зв’язки з Урядом.
3. Політичний лобізм.
4. Етапи проведення політичної медійної кампанії

Основна література:

1. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. С англ. — Х. : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. — 310 с.
2. Мехлер Гарольд. Власть и магия PR. — СПб; «Питер», 2007. — 173 с.
3. Моррис Дик. Новый государ. Новая версия Макиавелли лвадцать первого века / Пер. с англ. — Группа компаний «Никколо-М», 2003. — 224 с.
4. Почепцов Г. Паблик рілейшнз для профессионалов. — М.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2000. — 624 с.
5. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. — Дело, 2003. — 496 с.
6. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского.-М.: Изд.-во «РАГС», 2001.
7. Ольшанский Д. Политический PR. — СПб; «Питер», 2003. — 544 с.
8. Ольшанский Д., Пеньков В. Политический консалтинг. — СПб; «Питер», 2005. — 448 с.
9. Шомова С. Политические шахматы. Паблик рілейшнз как интеллектуальная игра. — М.: «РИП-Холдинг», 2003. — 214 с.
10. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. — СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.
11. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. — СПб.: Речь, 2005. — 336 с.
12. Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании / Т. Уотсон, П. Нобл. — Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. — 261 с.

13. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. – К.: ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2013. – 472 с.

14. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика: [підручник] / О.В. Шевченко, А.В. Яковець. – К.: «Бізнесполіграф», 2011. – 464 с.

### **Семінар 3.**

#### **КОМУНІКАЦІЙНІ ПРОЦЕСИ ПРИ ФОРМУВАННІ ІМІДЖУ**

1. Тенденції та перспективи розвитку комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації.
2. Комунікаційні процеси при формуванні іміджу.
3. Відбілювання іміджу.

#### Основна література:

1. Ольшанский Д., Пеньков В. Политический консалтинг. – СПб: «Питер», 2005. – 448 с.
2. Шомова С. Политические шахматы. Паблик рілейшнз как интеллектуальная игра. – М.: «РИП-Холдинг», 2003. – 214 с.
3. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.
4. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
5. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика: [підручник] / О.В. Шевченко, А.В. Яковець. – К.: «Бізнесполіграф», 2011. – 464 с.
6. Данильчук Л.А. Основы имиджа и этикета : Учебное пособие. – К. : Кондор, 2009.
7. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень.-К., 2001.
8. Макиавелли Н. Государь. – СПб. : КРИСТАЛЛ. – 2001.
9. Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М. : Эксмо. — 2008.
10. Моррис Дик. Конди и Хиллари. Пути восхождения к вершинам власти / Дик Моррис и Эйлин МакГэн ; Пер. С англ.. — М. ; Вершина, 2007. – 336 с.
11. Почепцов Г.Г. Имидж и выборы. Имидж, політика, партии, президента. — К. : АДЕФ-Украина, 1997.
12. PR современные технологии. Учебное пособие. – СПб. : ИВЭСЭП. – 2008.

Змістовий модуль 3.  
**ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК РЕСУРС ПОЛІТИЧНОГО  
МЕНЕДЖМЕНТУ**

**Семінар 4.**

**ПСИХОЛОГІЯ ПОЛІТИЧНОГО PR**

1. Психологія політичного PR.
2. Створення настанов в політичному PR.
3. Пряма маніпуляція в політичному PR.
4. Медійні ефекти: прайминг та фреминг.

Основна література:

1. Коммуникационный менеджмент: [учебное пособие для студентов вузов] / [ под. Редакцией В.М.Шепель, В.Н. Футина, А.С. Любутова]. – М.: Гордарики, 2004. – 350 с.
2. Королько В.Г. Основи паблік рілейшнз: [посібник] / В.Г. Королько. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 334 с.
3. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз для професіоналов / Г.Г. Почепцов. – М.: Рефл-Бук, К.: Ваклер, 1999. – 624 с.
4. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: Альтер-пресс, 2008. – 408 с.
5. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ], – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
6. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика: [підручник] / О.В. Шевченко, А.В. Яковець. – К.: «Бізнесполіграф», 2011. – 464 с.
7. Шомова С. Политические шахматы. Паблік рілейшнз как интеллектуальная игра. – М.: «РИП-Холдинг», 2003. – 214 с.
8. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008

## Семінар 5.

### КЕРУВАННЯ ВИБОРЧИМИ КАМПАНІЯМИ

1. Агітаційна кампанія.
2. Виборчий штаб: функції, склад.
3. Перманентне проведення виборчих кампаній

#### Основна література:

1. Королько В.Г. Основи паблік рілейшнз: [посібник] / В.Г. Королько. – К.: Ін-т соціології НАН України, 1997. – 334 с.
2. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.
3. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
4. Уотсон Т. Методы оценки деятельности PR-подразделения компании / Т.Уотсон, П.Нобл. – Днепропетровск: Баланс Бизнес Букс, 2006. – 261 с.
5. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. – К.: ІПіЕНД ім.. І.Ф.Кураса НАН України, 2013. – 472 с.
6. Шевченко О.В., Яковець А.В. PR: теорія і практика: [підручник] / О.В. Шевченко, А.В. Яковець. – К.: «Бізнесполіграф», 2011. – 464 с
7. Шомова С. Политические шахматы. Паблік рілейшнз как интеллектуальная игра. – М.: «РИП-Холдинг», 2003. – 214 с.
8. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. – СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008



## **VI. ЗАВДАННЯ ДЛЯ САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ**

### **Змістовий модуль I.**

#### **Тема 1-3. PR У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ ТА ПОЛІТИЧНІ СИСТЕМИ – 20 год.**

1. Сформувати ньюз-кіт новин політичного PR – 6 год.
2. Здійснити аналіз суспільно-політичних ЗМІ – 6 год.
3. Підготувати довідки про провідних політконсультантів – 6 год.
4. Скласти порівняльну таблицю: «Політичний лідер XXI ст. – політичний лідер минулих віків» за критеріями: 1) походження; 2) набуття влади; 3) політична орієнтація та платформа; 4) імідж – 2 год.

### **Змістовий модуль II.**

#### **Теми 4-7. ЗВ’ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК РЕСУРС ПОЛІТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ – 20 год.**

1. Складіть семантичну порівняльну таблицю на основі аналізу президентських промов Віктора Януковича, Петра Порошенка та Барака Обами. Зробіть розгорнуту порівняльну характеристику – 6 год.
2. Укласти базу даних інформаційних агенцій та журналістів, які пишуть на політичну тематику – 6 год.
3. Проаналізувати новітні медійні технології політичного PR (на основі аналізу президентських виборів 2014 року в Україні та президентських виборів 2012 року у США) – 6 год.
4. Проаналізуйте суспільно-політичні ЗМІ з метою виявлення особливостей політичної медійної риторики – 2 год.

### **Змістовий модуль III.**

#### **Тема 8-10. ВИБОРЧІ ТЕХНОЛОГІЇ – 20 год.**

1. Розробити дискредитаційну кампанію політика Х. — 5 год.
2. Розробити антидискредитаційну кампанію політика Х. — 5 год.
3. Сформувати штатний розклад передвиборчого штабу — 5 год.
4. Розробити у вигляді презентації кейс будь-якої української партії: статут, особливості структурної побудови, ідеологію та парламентську активність. — 5 год.

Карту самостійної роботи, де визначено форми академічного контролю, успішність (бали) і термін виконання самостійної роботи студентами, подано у вигляді табл. 6.1.

Таблиця 6.1

### КАРТА САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТА

Змістовий модуль та теми курсу	Академічний контроль	Бали	Термін виконання (тижні)
<b>Змістовий модуль I. PR У ПОЛІТИЧНІЙ СФЕРІ ТА ПОЛІТИЧНІ СИСТЕМИ</b>			
Тема 1. Зв'язки з громадськістю в політичному житті суспільства	Семінарське заняття, екзамен	5x2	I
Тема 2. Основні поняття та категорії, інструментарій PR	Есе, модульний контроль, екзамен	5	II
Тема 3. Політичний PR та політичні системи	Семінарське заняття, екзамен	5	III
<b>Змістовий модуль II. ЗВ'ЯЗКИ З ГРОМАДСЬКІСТЮ ЯК РЕСУРС ПОЛІТИЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ</b>			
Тема 4. Політичний медійний менеджмент	Екзамен	5	IV
Тема 5. Медійні методи як чинник формування громадської думки	Екзамен	5	V
Тема 6. Маніпуляції в політичному PR	Семінарське заняття, модульний контроль, екзамен	5	VI
Тема 7. Тексти політичного PR	Семінарське заняття, самостійна робота, екзамен	5	VII
<b>Змістовий модуль III. ВИБОРЧІ ТЕХНОЛОГІЇ</b>			
Тема 8. Виборчі технології	Семінарське заняття, екзамен	5x2	VIII-
Тема 9. Політична PR подія	Екзамен	5	IX
Тема 10. PR політика	Екзамен	5	X-XI
<i>Разом: 60 год.</i>	<i>Разом: 60 балів</i>		

## ВІІ. СИСТЕМА ПОТОЧНОГО І ПІДСУМКОВОГО КОНТРОЛЮ ЗНАНЬ

Навчальні досягнення студентів із дисципліни " PR у політичній фері" оцінюються за модульно-рейтинговою системою, в основу якої покладено принцип покрокової звітності, обов'язковості модульного контролю, накопичувальної системи оцінювання рівня знань, умінь та навичок; розширення кількості підсумкових балів до 100.

Контроль успішності студентів з урахуванням поточного і підсумкового оцінювання здійснюється відповідно до навчально-методичної карти (п. IV), де зазначено види й терміни контролю. Систему рейтингових балів для різних видів контролю та порядок їх переведення у національну (4-бальну) та європейську (ECTS) шкалу подано у табл. 8.1, табл. 8.2.

**Таблиця 8.1**

### **Розрахунок рейтингових балів за видами поточного (модульного) контролю**

<b>№</b>	<b>Вид діяльності</b>	<b>Кількість балів за одиницю</b>	<b>Кількість одиниць до розрахунку</b>	<b>Всього</b>
1	Відвідування лекцій	1	11	11
2	Відвідування практичних, семінарських занять	1 1	5 5	5 5
3	Виконання завдання з самостійної роботи (домашнього завдання)	5	12	60
4	Робота на семінарському занятті	10 10	5 5	50 50
5	Модульна контрольна робота	25	3	75
<b>максимальна кількість балів 256</b>				

Розрахунок:  $256:60=4,2$

Студент набрав: 181

Оцінка:  $181:4,2 = 43$  (бал за семестр), додається екзамен (max 40 балів)

У процесі оцінювання навчальних досягнень студентів застосовуються такі методи:

**Методи усного контролю:** індивідуальне опитування, фронтальне опитування, співбесіда, екзамен.

**Методи письмового контролю:** модульна контрольна робота.

Таблиця 8.2

**Порядок переведення рейтингових показників успішності  
у європейські оцінки ECTS**

<b>Підсумкова кількість балів (max – 100)</b>	<b>Оцінка за 4-бальною шкалою</b>	<b>Оцінка за шкалою ECTS</b>
1 – 34	«незадовільно» (з обов’язковим повторним курсом)	F
35 – 59	«незадовільно» (з можливістю повторного складання)	FX
60 – 68	«задовільно»	E
69 – 74		D
75 – 81	«добре»	C
82 – 89		B
90 – 100	«відмінно»	A

Кожний модуль включає бали за поточну роботу студента на семінарських, практичних заняттях, виконання самостійної роботи, індивідуальну роботу, модульну контрольну роботу.

Виконання модульних контрольних робіт здійснюється з використанням роздрукованих завдань.

Модульний контроль знань студентів здійснюється після завершення вивчення навчального матеріалу модуля.

Кількість балів за роботу з теоретичним матеріалом, на практичних заняттях, під час виконання самостійної та індивідуальної навчально-дослідної роботи залежить від дотримання таких вимог:

- ☐ вчасність виконання навчальних завдань;
- ☐ повний обсяг їх виконання;
- ☐ якість виконання навчальних завдань;
- ☐ самостійність виконання;
- ☐ творчий підхід у виконанні завдань;
- ☐ ініціативність у навчальній діяльності.

## VIII. МЕТОДИ НАВЧАННЯ

### I. Методи організації та здійснення навчально-пізнавальної діяльності

#### 1) За джерелом інформації:

- *Словесні*: лекція (традиційна, проблемна), семінари, пояснення, розповідь, бесіда.
- *Наочні*: спостереження, ілюстрація, демонстрація.
- *Практичні*: вправи.

2) За логікою передачі і сприймання навчальної інформації: індуктивні, дедуктивні, аналітичні, синтетичні.

3) За ступенем самостійності мислення: репродуктивні, пошукові, дослідницькі.

4) За ступенем керування навчальною діяльністю: під керівництвом викладача; самостійна робота студентів: з книгою; виконання індивідуальних навчальних завдань.

### II. Методи стимулювання інтересу до навчання і мотивації навчально-пізнавальної діяльності:

**Методи стимулювання інтересу до навчання:** навчальні дискусії; створення ситуації пізнавальної новизни; створення ситуацій зацікавленості (метод цікавих аналогій тощо).

## IX. МЕТОДИЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ КУРСУ

- ☐ опорні конспекти лекцій;
- ☐ навчальні посібники;
- ☐ робоча навчальна програма;
- ☐ засоби підсумкового контролю (комплект завдань для модульних контрольних робіт);
- ☐ завдання для ректорського контролю знань студентів з навчальної дисципліни "Теорія та історія соціальних комунікацій".

## **Х. ПИТАННЯ ДО ЕКЗАМЕНУ**

### **Теоретичні питання:**

1. Історичні передумови політичного PR.
2. Політичний PR від прото PR до Нового часу.
4. Політичний PR в XX – XXI ст.: новітні інформаційні концепції.
5. Політичний PR-ринок в пострадянських країнах.
6. Об'єкти та суб'єкти політичного менеджменту.
7. Основні методи та напрямки політичного менеджменту.
8. Східні та європейські вчення про політичну комунікацію: основні концепції.
9. Основні погляди китайських філософів на типи політиків.
10. Основні погляди індійських філософів на типи політиків.
11. Основні погляди перських філософів на типи політиків.
12. Основні погляди античних та давньоримських філософів на типи політиків.
13. Основні погляди індійських філософів на типи політиків.
14. Політичний PR в часи СРСР: від агітаторів до інструкторів.
15. Реформування політичного PR-ринку в пострадянські часи.
16. Що виступає об'єктом та суб'єктом політичного менеджменту.
17. В чому полягає різниця між державним та політичним управлінням?
18. Дайте характеристику сучасного етапу партійного будівництва в Україні з позиції політичного менеджменту.
19. Витоки PR-консультування.
20. Ранжування PR – консультантів.
21. Професіограма політичного PR.
22. Етика PR-консультантів.
23. Американський та європейський (французький) підходи до політичного PR-консалтингу.
24. Класифікація політичних систем.
25. Політичний PR в контексті політичних систем.
26. Особливості PR діяльності в провідних політичних системах.
27. Визначення та сутність політичного медійного менеджменту.
28. Політична кампанія: види та особливості проведення

29. Зв'язки з громадськістю як ресурс політичного менеджменту.
30. GR зв'язки з Урядом.
31. Політичний лоббізм: витоки та концепції реалізації.
32. Політична медійна компанія.
33. Методологія визначення комунікативних методів політичного PR.
34. Класифікація комунікаційних методів створення політичного іміджу в ЗМІ.
35. Тенденції та перспективи розвитку комунікативних методів побудови політичного іміджу в засобах масової інформації.
36. Комунікаційні процеси при формуванні іміджу.
37. Політична комунікація в контексті дослідження комунікаційних методів.
38. Медійні методи як чинник формування громадської думки.
39. Інтернет-технології в політичному менеджменті. Політичні мережі.
40. Психологія політичного PR.
41. Створення настанов в політичному PR.
42. Пряма маніпуляція в політичному PR.
43. Медійні ефекти: праймінг та фреминг.
44. Засоби дискредитації конкурентів в політичному PR.
45. Сучасний український інфотейтмент.
46. Партійні ЗМІ: роль та місце у формуванні ідеології.
47. Суспільно-політичні ЗМІ в політичному PR.
48. Види програмних промов.
49. Семіотичне навантаження програмної промови президента країни.
50. Передвиборчий штаб: склад, функції.
51. Організаційні функції штабних підрозділів.
52. Агітаційна кампанія.
53. Вибори та пост виборчий процес.
54. Виборчий штаб: функції, склад.
55. Методологічне забезпечення виборів.
56. Типологія PR подій.
57. Дебати як складова частина політичного дискурсу.
58. Розкриття інформації про політика.

59. SMM-технології в політичному PR.

60. Гендерний чинник в політичному PR.

### **Практичні завдання:**

1. Політичний перформанс. Розробити перформанс для політичної партії / політика.
2. Розкрийте типологію політичних лідерів. Складіть порівняльну таблицю: «Політичний лідер ХХІ ст. – політичний лідер минулих віків» за критеріями: 1) походження; 2) набуття влади; 3) політична орієнтація та платформа; 4) імідж.
- 3 Розробіть галерею типів українських політичних лідерів.
7. Розкрийте поняття: «Політик як унікальна пропозиція».
8. Презентуйте найбільш екстравагантних українських політиків.
9. Створіть імідж-кейс (профайл) політика. Орієнтація, зовнішня характеристика, психологічна характеристика, політична характеристика (платформа, позиція, дії).
10. Порівняйте американську та вітчизняну моделі представництва Уряду та політиків в соціальних мережах.
11. Змодельуйте футуристичну модель присутності політика в медіа просторі.

## **XI. РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА**

### **Основна:**

1. Связи с общественностью как социальная инженерия/ [под. ред. В.А. Ачкасовой, Л.В. Володиной ]. – СПб.: Речь, 2005. – 336 с.
2. Катлип С., Скотт М., Сентер А., Брум Г. Паблик рилейшнз: теория и практика. : Пер. С англ.. : Уч. пос. — М. : Издательский дом «Вильямс», 2008. — 624 с.
3. Колесников В.Н., Семенов В.А. Политический менеджмент: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. — СПб. : Питер, 2013. — 336 с.
4. Лиллекер Д. Политическая коммуникация. Ключевые концепты / Пер. С англ.. — Х. : Изд-во «Гуманитарный Центр», 2010. – 310 с.
5. Мехлер Гарольд. Власть и магия PR. – СПб; «Питер», 2007. – 173 с.



6. Моррис Дик. Новый государ. Новая версия Макиавелли двадцать первого века / Пер. с англ. — Группа компаний «Никколо-М», 2003. — 224 с.
7. Почепцов Г. Паблік рілейшнз для професіоналов. — М.: «Рефл-бук», «Ваклер», 2000. — 624 с.
8. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Связи с общественностью: теория и практика: Учебное пособие. — Дело, 2003. — 496 с.
9. Связи с общественностью в политике и государственном управлении / Под общ. ред. В. С. Комаровского. — М.: Изд.-во «РАГС», 2001.
10. Ольшанский Д. Политический PR. — СПб; «Питер», 2003. — 544 с.
11. Ольшанский Д., Пеньков В. Политический консалтинг. — СПб; «Питер», 2005. — 448 с.
12. Шомова С. Политические шахматы. Паблік рілейшнз как интеллектуальная игра. — М.: «РИП-Холдинг», 2003. — 214 с.
13. PR: Современные технологии: Учебное пособие / под ред. Л.В. Володиной. — СПб.: ИВЭСЭП, Знание, 2008.
14. Почепцов Г.Г. Коммуникативный инжиниринг: теория и практика / Г.Г. Почепцов. — К.: Альтер-пресс, 2008. — 408 с.
15. Почепцов Г.Г. Стратегический анализ / Г.Г. Почепцов. — К.: Дзвін, 2004. — 333 с.
16. Почепцов Г.Г. Имиджелогия. Инструментарий по управлению будущим / Г.Г. Почепцов. — М.: SMART BOOK, 2009. — 574 с.
17. Почепцов Г.Г. Інформаційна політика: [навчальний посібник] / Г.Г. Почепцов. — К.: «Знання», 2008. — 663 с.
18. Почепцов Г.Г. Паблік рілейшнз, или как успешно управлять общественным мнением / Г.Г. Почепцов. — М.: Центр, 1998. — 352 с.
19. Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века / Г.Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук, К.: Ваклер, 1999. — 348 с.
20. Почепцов Г.Г. Информационные войны / Г.Г. Почепцов. — М.: Рефл-бук, 2000. — 576 с.
21. Кочубей Л.О. PR у політичній сфері: Підручник. — ІПіЕНД ім. І.Ф.Кураса НАН України, 2013. — 472 с.

#### **Додаткова:**

22. Балабанова Л. В., Савельєва К.В. Паблік рілейшнз: Навч. Посіб. — К.: «Видавничий дім «Професіонал», 2008.

23. Блэк С. PR: Международная практика.-М.: ИД «Довгань», 1997.
24. Данильчук Л.А. Основы имиджа и этикета : Учебное пособие. – К. : Кондор, 2009.
25. Куліш А. Public Relation для громадських (недержавних) організацій: Практичні поради на щодень.-К., 2001.
26. Макиавелли Н. Государь. – СПб. : КРИСТАЛЛ. – 2001.
27. Матвейчев О. Уши машут ослом. Сумма политтехнологий. – М. : Эксмо. — 2008.
28. Моррис Дик. Конди и Хиллари. Пути восхождения к вершинам власти / Дик Моррис и Эйлин МакГэн ; Пер. С англ.. — М. ; Вершина, 2007. – 336 с.
29. PR современные технологии. Учебное пособие. – СПб. : ИВЭСЭП. – 2008.

***Джерела в мережі Інтернет:***

29. [www.advertology.ru](http://www.advertology.ru)
30. [www.sovetnik.ru](http://www.sovetnik.ru)
31. <http://www.reklamaster.kiev.ua>
32. <http://adfestival.com.ua/rus/news.php>
33. [www.brand.kiev.ua](http://www.brand.kiev.ua)
34. <http://admarket.ru/news>